

ANALISIS PENGGUNAAN APLIKASI KENCAN BUMBLE PADA PRIA DAN WANITA DEWASA AWAL

Oleh

Nurani Syaamanda Maulika Oeij¹, Nurliah², Kezia Arum Sary³, Edoardo Tondang⁴
^{1,2,3,4}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Universitas Mulawarman

E-mail: ¹nuranisyaamanda14@gmail.com, ²nurliah.simollah@fisip.unmul.ac.id,
³kezia.arumsary@fisip.unmul.ac.id, ⁴edoardo@fisip.unmul.ac.id

Article History:

Received: 22-09-2025

Revised: 15-10-2025

Accepted: 24-10-2025

Keywords:

Bumble, Uses and
Gratifications,
Dewasa Awal

Abstract: Penelitian ini menganalisis penggunaan aplikasi kencan Bumble pada pria dan wanita dewasa awal (18–35 tahun) dengan pendekatan kualitatif berbasis teori Uses and Gratifications. Penelitian bertujuan memahami kebutuhan pengguna, yaitu kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan pelepasan ketegangan, melalui wawancara mendalam dengan enam informan di Samarinda. Hasil menunjukkan kebutuhan kognitif paling dominan, dengan pria lebih eksploratif terhadap fitur aplikasi dan wanita lebih reflektif dalam memahami dinamika sosial. Kebutuhan afektif terlihat dari pencarian hiburan dan validasi emosional, dengan wanita mengutamakan kedalaman emosional dan pria fokus pada interaksi ringan. Kebutuhan integrasi personal mendorong validasi diri melalui likes dan matches, lebih menonjol pada pria untuk kepercayaan diri dan wanita untuk hubungan bermakna. Kebutuhan integrasi sosial memfasilitasi perluasan jejaring sosial, dengan wanita lebih selektif mencari relasi jangka panjang. Kebutuhan pelepasan ketegangan terpenuhi melalui swiping dan percakapan ringan, dengan pria lebih terbuka pada hubungan kasual. Bumble berfungsi sebagai ruang sosial digital yang memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial secara aktif, sejalan dengan teori Uses and Gratifications, meskipun tantangan seperti penipuan dan dampak psikologis negatif tetap ada.

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial memiliki kebutuhan dasar untuk berinteraksi dan menjalin hubungan, yang mendorong perilaku individu untuk mencapai tujuan seperti dukungan emosional, validasi, serta kebutuhan untuk mencintai dan dicintai. Dalam ilmu komunikasi, kebutuhan ini memengaruhi perilaku berkomunikasi dan membentuk hubungan sosial. Era digital telah mengubah pola ini dengan menyediakan kemudahan akses melalui internet, membuat segala hal menjadi instan, termasuk pencarian pasangan. Alih-alih cara tradisional seperti perjodohan atau iklan di media cetak, kini individu dapat berinteraksi secara daring tanpa bertatap muka, terutama selama pandemi COVID-19. Kebutuhan sosial tetap menjadi motivasi utama, tetapi teknologi seperti media sosial dan aplikasi kencan daring telah mentransformasi cara memenuhinya, memungkinkan koneksi

dengan orang asing meskipun faktor seperti kesibukan, kurang percaya diri, atau kesepian menghambat interaksi langsung.

Munculnya aplikasi kencan seperti Bumble menjadi fenomena baru dalam komunikasi modern untuk memenuhi kebutuhan sosial dan romantis. Bumble, yang populer sejak 1995 dan semakin digemari generasi muda hingga dewasa awal, didukung oleh tokoh seperti Najwa Shihab yang menyatakan “Jodoh itu harus di jemput bukan di tunggu” dalam podcastnya bersama Maudy Ayunda pada 2023, menekankan manfaat teknologi ini. Aplikasi ini unik karena memberikan kontrol kepada perempuan untuk memulai obrolan setelah match, sehingga lebih aman dan terarah, khususnya bagi wanita. Bumble juga mendukung kesetaraan gender, keamanan, dan inklusi bagi komunitas LGBT, dengan mode seperti Date untuk kencan, BFF untuk pertemanan, dan Bizz untuk bisnis. Dalam konteks komunikasi, Bumble memediasi interaksi melalui profil, bio, swipe, dan pesan, membangun self-presentation dan relasi interpersonal.

Hingga akhir 2024, Bumble memiliki lebih dari 50 juta pengguna aktif global, dengan 4,2 juta pengguna berbayar [1]. Di Indonesia, jumlah pengguna aktif per Januari 2024 mencapai 1,47 juta, mayoritas milenial dan Gen Z, dengan peningkatan 30% dalam setahun terakhir [2],[3]. Menurut Indonesian Usage Behavior and Online Security on Dating Apps, milenial (52%) dan Gen Z (44%) mendominasi, sementara survei DatingZest (2025) menunjukkan 72% pengguna di bawah 35 tahun, rata-rata usia 26 tahun, dengan rasio 60% pria dan 40% wanita—lebih baik daripada Tinder (75:25). Namun, fenomena negatif seperti penipuan, pemerasan, hingga kejahatan serius juga marak, seperti dalam film Netflix “The Tinder Swindler” (2022), yang menggambarkan dampak buruk aplikasi kencan, termasuk kasus di Indonesia.

Kebutuhan penggunaan aplikasi kencan beragam, dari mencari pasangan romantis hingga hiburan, dipengaruhi gender, usia, dan budaya—pria cenderung mencari hubungan kasual, wanita lebih selektif untuk relasi bermakna. Pengguna Bumble rata-rata berusia 18–35 tahun, yang menurut Hurlock merupakan masa dewasa awal dengan fokus pada identitas diri dan relasi berkualitas [4]. Penelitian ini mengisi celah karena penelitian sebelumnya lebih fokus pada Tinder, sementara Bumble memiliki pendekatan berbeda, dan jarang mengaitkan dengan teori Uses and Gratifications (U&G).

LANDASAN TEORI

Theory Uses And Gratification (Penggunaan dan Pemenuhan Kebutuhan)

Teori Uses and Gratifications, yang dipelopori Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974), digunakan untuk memahami bagaimana pengguna dewasa awal secara aktif memanfaatkan Bumble untuk memenuhi kebutuhan psikologis, sosial, dan hiburan. Teori ini memandang audiens sebagai aktif dan selektif dalam memilih media untuk mencapai tujuan seperti koneksi sosial atau validasi diri, relevan untuk menganalisis pola konsumsi media digital [5]. Berdasarkan lima asumsi dasar, pengguna secara sadar memilih media sesuai tujuan, dipengaruhi faktor sosial dan psikologis [6]. Teori ini mengelompokkan kebutuhan menjadi kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan pelepasan ketegangan, menjelaskan motivasi pengguna Bumble dalam membangun relasi atau mengatasi kebosanan.

Dewasa Awal

Masa dewasa awal (18–35 tahun) merupakan tahap transisi menuju kedewasaan,

ditandai krisis intimacy versus isolation [4]. Individu berupaya menjalin hubungan intim untuk meningkatkan kualitas hidup, sementara kegagalan dapat menyebabkan kesepian. Dalam era digital, dewasa awal menggunakan aplikasi kencan seperti Bumble untuk memenuhi kebutuhan psikososial, seperti mencari pasangan atau jejaring sosial. Kemampuan komunikasi dan empati menjadi kunci dalam membentuk hubungan sehat, dengan Bumble sebagai sarana strategis untuk mendukung tugas perkembangan mereka.

Pria dan Wanita Dewasa Awal

Perbedaan komunikasi pria dan wanita dewasa awal di Bumble dipengaruhi faktor biologis, psikologis, dan sosial-budaya. Pria cenderung langsung dan fokus pada hasil, sementara wanita lebih ekspresif dan berorientasi hubungan jangka panjang [7]. Penelitian Pew Research Center (2023) menunjukkan pria merasa kekurangan pesan, sedangkan wanita kewalahan dan selektif [8]. Wanita lebih sering menggunakan strategi emosional dan kolaboratif, sementara pria menggunakan pendekatan direktif [9]. Perbedaan ini dapat menyebabkan kesalahpahaman, menjadikan pemahaman dinamika gender penting dalam komunikasi digital.

Kebutuhan Uses And Gratification (Penggunaan dan Pemenuhan Kebutuhan)

Pengguna dewasa awal memanfaatkan Bumble untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial berdasarkan teori Uses and Gratifications, meliputi kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan pelepasan ketegangan. Kebutuhan ini mencakup mencari informasi, hiburan, validasi diri, relasi sosial, dan mengatasi stres, menjadikan Bumble sarana untuk mencapai tujuan pribadi dalam komunikasi digital.

Kebutuhan Kognitif (Cognitive Needs)

Kebutuhan kognitif terlihat dari penggunaan Bumble untuk mengeksplorasi profil calon pasangan, mempelajari preferensi sosial, dan memahami dinamika interaksi, membantu pengguna dewasa awal membuat keputusan berbasis informasi dalam ranah digital.

Kebutuhan Afektif (Affective Needs)

Kebutuhan afektif mendorong pengguna untuk mencari kesenangan melalui swiping, mengobrol, atau mendapatkan match, termasuk ketertarikan romantis atau seksual [10]. Bumble memenuhi kebutuhan ini melalui interaksi digital yang menyenangkan, tidak selalu untuk hubungan serius.

Kebutuhan Integrasi Personal (Personal Integrative Needs)

Kebutuhan integrasi personal tercermin dari upaya pengguna menampilkan profil terbaik untuk mendapatkan likes atau matches, meningkatkan kepercayaan diri dan memperkuat identitas personal melalui validasi di Bumble.

Kebutuhan Integrasi Sosial (Sosial Integrative Needs)

Kebutuhan integrasi sosial mendorong pengguna menggunakan Bumble untuk memperluas jaringan sosial, mencari teman, atau pasangan romantis, memenuhi kebutuhan keterhubungan interpersonal di ranah digital.

Kebutuhan Pelepasan Ketegangan (Tension Release Needs)

Kebutuhan pelepasan ketegangan terpenuhi melalui aktivitas ringan seperti swiping atau mengobrol santai di Bumble, membantu pengguna mengatasi kebosanan atau stres tanpa tujuan serius.

Aplikasi Kencan Online Bumble

Diluncurkan pada 2014 oleh Whitney Wolfe Herd, Bumble menonjol dengan fitur pemberdayaan wanita, seperti wanita memulai percakapan, dan mendukung inklusivitas LGBTQ+ [11]. Dengan algoritma berbasis AI, Bumble memfasilitasi komunikasi interpersonal berbasis teks dan gambar, menciptakan interaksi aman dan fleksibel untuk kencan, pertemanan, atau jaringan profesional. Dampak positifnya meliputi efisiensi waktu dan peluang relasi, tetapi tantangan seperti penipuan, penilaian dangkal, dan efek psikologis negatif juga muncul, menjadikan Bumble fenomena penting dalam studi komunikasi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami kebutuhan pengguna aplikasi kencan daring Bumble, khususnya pada pria dan wanita dewasa awal, dengan teori Uses and Gratifications sebagai landasan. Metode kualitatif adalah pendekatan naturalistik yang dilakukan tanpa manipulasi, dengan peneliti sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan analisis teks [12]. Tujuannya adalah memahami makna di balik fenomena sosial secara mendalam, menghasilkan data deskriptif tentang perilaku, interaksi, dan dampak penggunaan aplikasi. Pendekatan emosional melalui wawancara mendalam digunakan untuk menggali pengalaman dan persepsi responden, dengan hasil dikategorikan dalam tabel perbandingan untuk mengidentifikasi perbedaan kebutuhan berdasarkan gender.

Fokus penelitian ini adalah kebutuhan pengguna Bumble berdasarkan lima kategori teori Uses and Gratifications: kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan pelepasan ketegangan. Fokus ini membantu membatasi ruang lingkup penelitian agar tetap terarah pada fenomena kebutuhan pengguna, menghindari jebakan data yang terlalu luas. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana pria dan wanita dewasa awal memanfaatkan aplikasi untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial, seperti mencari informasi, hiburan, validasi diri, hubungan sosial, atau mengatasi stres, dalam konteks komunikasi digital.

Sumber data terbagi menjadi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung melalui observasi aplikasi Bumble dan wawancara dengan pengguna aktif minimal tiga bulan [12]. Data sekunder berasal dari laporan, jurnal, artikel, atau dokumen lain yang mendukung data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik purposive sampling, memilih informan berdasarkan kriteria relevan seperti usia 18–40 tahun, penggunaan Bumble minimal satu tahun, status pengguna premium, pengalaman komunikasi dan pertemuan langsung dengan pengguna lain, serta berdomisili di Samarinda untuk memudahkan wawancara mendalam.

Teknik analisis data menggunakan analisis isi untuk mengolah data teks atau visual dari wawancara, observasi, dan dokumen, dengan langkah-langkah: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dalam tabel atau narasi, dan penarikan kesimpulan yang divalidasi [12]. Teknik pengumpulan data meliputi observasi partisipatif reflektif, di mana peneliti aktif sebagai pengguna Bumble untuk memahami interaksi, wawancara semi-terstruktur untuk menggali pengalaman informan secara mendalam, dan dokumentasi berupa teks, foto, atau video sebagai pelengkap. Pendekatan ini memastikan data yang diperoleh valid, reliabel, dan memberikan wawasan mendalam tentang perilaku komunikasi

pengguna Bumble.

Kriteria informan dipilih secara sengaja untuk memastikan relevansi, termasuk menjadi pengguna aktif Bumble, memiliki match dengan peneliti, berusia 18–40 tahun, menggunakan aplikasi minimal satu tahun, berstatus pengguna premium, memiliki pengalaman komunikasi dan pertemuan langsung, serta berdomisili di Samarinda. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami secara mendalam kebutuhan, motivasi, dan dinamika komunikasi pengguna dalam konteks digital, sejalan dengan tujuan penelitian untuk menganalisis fenomena penggunaan Bumble berdasarkan teori Uses and Gratifications.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebutuhan Kognitif (Cognitive Needs)

Berdasarkan wawancara dengan enam informan, kebutuhan kognitif dalam penggunaan Bumble mencerminkan dorongan untuk memperoleh informasi dan wawasan sosial, seperti memahami pola interaksi digital dan tren kencan modern. Informan pria menggunakan aplikasi ini untuk mengeksplorasi fitur unik, seperti aturan wanita memulai percakapan, serta mempelajari latar belakang dan hobi calon pasangan, melihat Bumble sebagai sarana pembelajaran komunikasi digital. Sebaliknya, informan wanita menunjukkan pendekatan lebih reflektif, memanfaatkan fitur seperti travel mode dan incognito untuk memahami karakter pengguna lain dan meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal. Menurut teori Uses and Gratifications, pengguna secara aktif memilih Bumble untuk memenuhi kebutuhan kognitif, dengan pria lebih eksploratif dan wanita lebih mendalam dalam memahami dinamika sosial, termasuk kesetaraan gender [13].

Kebutuhan kognitif mendorong pengguna dewasa awal untuk menggunakan aplikasi kencan daring seperti Bumble guna mencari informasi, pengetahuan, dan pemahaman baru, tidak hanya untuk menemukan pasangan, tetapi juga untuk mengeksplorasi pengalaman sosial, cara berinteraksi, dan tren kencan modern. Aplikasi kencan berfungsi sebagai sarana untuk menambah wawasan sosial dan memperluas pengalaman interpersonal melalui aktivitas seperti mencari informasi tentang calon pasangan, mengeksplorasi latar belakang, minat, atau hobi orang lain, serta meningkatkan pengetahuan tentang komunikasi dan relasi romantis dalam ranah digital [13].

Kebutuhan Afektif (Affective Needs)

Kebutuhan afektif mendorong pengguna dewasa awal menggunakan Bumble untuk mencari hiburan dan kepuasan emosional, seperti rasa senang dari match atau percakapan ringan. Informan pria melihat Bumble sebagai hiburan ringan untuk mengisi waktu luang, menikmati swiping tanpa keterlibatan emosional mendalam. Sebaliknya, informan wanita menunjukkan keterlibatan emosional lebih kuat, merasakan validasi dari match dan percakapan yang memperbaiki suasana hati. Menurut teori Uses and Gratifications, pengguna secara aktif memanfaatkan Bumble untuk kepuasan emosional, dengan wanita lebih dominan dalam mencari validasi dan keterhubungan emosional, sementara pria berfokus pada hiburan jangka pendek [14].

Kebutuhan afektif memotivasi pengguna dewasa awal untuk mencari hiburan, kesenangan, dan pengalaman emosional positif melalui interaksi di Bumble, seperti merasa senang saat mendapat match, menikmati percakapan ringan, atau mendapatkan perhatian

dari pengguna lain. Aplikasi kencan memberikan ruang untuk kepuasan emosional, meskipun hubungan belum tentu berlanjut ke dunia nyata, dengan aktivitas seperti mengisi waktu luang atau menikmati interaksi digital yang menghibur menjadi cara untuk memenuhi kebutuhan emosional ini [14].

Kebutuhan Integrasi Personal (Personal Integrative Needs)

Kebutuhan integrasi personal memotivasi pengguna untuk meningkatkan kepercayaan diri dan validasi diri melalui Bumble. Informan pria merasa percaya diri dari match dan pujian, melihatnya sebagai pengakuan daya tarik sosial, dengan profil sebagai representasi citra diri. Informan wanita juga mencari validasi, tetapi dengan pendekatan emosional, menggunakan pujian untuk mengatasi rasa insecure dan membangun hubungan bermakna. Teori Uses and Gratifications menjelaskan bahwa pengguna secara aktif mengelola citra diri untuk memperkuat identitas, dengan wanita menunjukkan kepekaan emosional lebih besar dibandingkan pria, yang lebih fokus pada pengakuan sosial [15].

Kebutuhan integrasi personal tercermin dari upaya pengguna dewasa awal untuk meningkatkan harga diri, mencari validasi sosial, dan membentuk identitas diri melalui Bumble, di mana mereka menampilkan profil terbaik untuk mendapatkan likes atau matches sebagai bentuk pengakuan. Aplikasi kencan menjadi ruang untuk menguji daya tarik dan memperkuat citra diri, dengan aktivitas seperti mengeksplorasi identitas dalam relasi digital dan membangun kepercayaan diri melalui interaksi online [15].

Kebutuhan Integrasi Sosial (Social Integrative Needs)

Kebutuhan integrasi sosial mendorong pengguna untuk memperluas jejaring sosial melalui Bumble, baik untuk pertemanan maupun hubungan romantis. Informan pria menggunakan aplikasi secara fleksibel untuk menambah teman atau mencari pasangan, menekankan komunikasi yang panjang untuk memahami kecocokan. Informan wanita lebih selektif, fokus pada hubungan jangka panjang berdasarkan nilai dan kenyamanan emosional. Menurut teori Uses and Gratifications, pengguna secara aktif memilih Bumble untuk menjaga keterhubungan sosial, dengan wanita lebih menonjol dalam mencari hubungan bermakna dibandingkan pria yang lebih eksploratif [13].

Kebutuhan integrasi sosial mendorong pengguna dewasa awal untuk memperluas jejaring sosial dan membangun relasi, baik pertemanan maupun hubungan romantis, melalui Bumble, yang membantu menghindari isolasi dan memperkaya identitas sosial. Aplikasi kencan memungkinkan interaksi di luar lingkungan sehari-hari, dengan pengguna berupaya menjalin hubungan jangka panjang, menemukan pasangan sesuai nilai atau gaya hidup, dan menjaga koneksi sosial untuk mendukung keterhubungan interpersonal [13].

Kebutuhan Pelepasan Ketegangan (Tension Release Needs)

Kebutuhan pelepasan ketegangan mendorong pengguna menggunakan Bumble untuk mengurangi stres dan kebosanan melalui swiping atau percakapan ringan. Informan pria melihat aplikasi sebagai hiburan sosial, dengan beberapa terbuka terhadap hubungan kasual seperti FWB atau ONS. Sebaliknya, informan wanita menggunakan Bumble untuk distraksi ringan, tetapi lebih berhati-hati terhadap tawaran seksual, menolak interaksi eksplisit. Teori Uses and Gratifications menunjukkan bahwa pria lebih aktif mengeksplorasi pengalaman kasual, sementara wanita fokus pada relaksasi sosial tanpa keterlibatan fisik, menyoroti perbedaan gender dalam memenuhi kebutuhan ini [15].

Kebutuhan pelepasan ketegangan memotivasi pengguna dewasa awal untuk menggunakan Bumble sebagai sarana mengurangi stres, melupakan rutinitas, atau mencari kesenangan instan, termasuk pengalaman seksual kasual tanpa ikatan emosional. Aktivitas seperti swiping yang dianggap menyenangkan, mengobrol santai saat bosan, atau mencari hubungan fisik menjadi cara untuk melampiaskan kebutuhan fisik dan mengalihkan perhatian dari tekanan sehari-hari [15].

KESIMPULAN

penggunaan Bumble oleh dewasa awal didorong oleh kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan pelepasan ketegangan. Kebutuhan kognitif paling dominan, dengan pengguna pria dan wanita mengeksplorasi fitur aplikasi, pola interaksi sosial, dan tren kencan modern, didorong rasa ingin tahu dan fenomena FOMO. Wanita cenderung lebih reflektif, memanfaatkan Bumble untuk memahami karakter calon pasangan, sementara pria lebih eksploratif, fokus pada dinamika aplikasi dan hubungan kasual. Kebutuhan afektif terlihat dari pencarian hiburan dan validasi emosional, dengan wanita lebih mengutamakan kedalaman emosional dan pria berfokus pada interaksi ringan.

Kebutuhan integrasi personal dan sosial juga signifikan, di mana pengguna mencari validasi diri melalui likes dan matches, dengan pria lebih menonjol dalam memperkuat kepercayaan diri pasca-penolakan, dan wanita fokus pada hubungan bermakna. Kebutuhan integrasi sosial memungkinkan pengguna memperluas jejaring sosial, dengan Bumble sebagai sarana fleksibel untuk pertemanan atau romansa. Kebutuhan pelepasan ketegangan terpenuhi melalui swiping dan percakapan ringan, lebih dominan pada pria yang melihat aplikasi sebagai hiburan dan eksplorasi kasual. Temuan ini menegaskan bahwa Bumble bukan hanya alat kencan, tetapi ruang sosial digital yang memenuhi kebutuhan psikologis, sosial, dan emosional pengguna secara aktif dan selektif, sejalan dengan teori Uses and Gratifications.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada dosen pembimbing atas bimbingan, masukan konstruktif, dan dukungan penuh selama proses penelitian, keluarga yang selalu memberikan cinta, kesabaran, dan motivasi tanpa henti, serta teman-teman dan kolega yang berbagi diskusi berharga dan dukungan moral; saya juga berterima kasih kepada staf akademik dan administrasi institusi atas fasilitasi sumber daya yang sangat membantu, serta kepada semua partisipan dan individu yang turut mendukung secara langsung maupun tidak langsung, karena tanpa kerja sama mereka, penelitian ini tidak akan terwujud.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bumble. Bumble – Dating & Make Friends. Aplikasi seluler. Google Play. Diakses Oktober 24, 2025. <https://play.google.com>.
- [2] Disway Malang. "Bumble Jadi Aplikasi Dating Populer, Waspada Love Scam." Malang Disway, 2025. <https://malang.disway.id/read/2987/bumble-jadi-aplikasi-dating-populer-waspada-love-scam>.

- [3] World Population Review. "Bumble Users by Country." 2024. Diakses Oktober 24, 2025. <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/bumble-users-by-country>.
- [4] Paputungan, F. "Karakteristik Perkembangan Masa Dewasa Awal." Journal of Education and Culture (JEaC) 3, no. 1 (2023): 1–10. <https://journals.ubmg.ac.id/index.php/JEaC/article/download/1139/423>.
- [5] Erevik, E. K., J. H. Kristensen, T. Torsheim, Ø. Vedaa, dan S. Pallesen. "Tinder Use and Romantic Relationship Formations: A Large-Scale Longitudinal Study." Frontiers in Psychology 11 (2020): 1757. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01757>.
- [6] Falgoust, K. "Uses and Gratifications Theory in the Age of Social Media." Journal of Media and Communication Studies 14, no. 2 (2022): 45–58.
- [7] Lopes, M. R., dan C. Vogel. "Gender Differences in Online Dating Experiences." ResearchGate, 2020. https://www.researchgate.net/publication/340209292_Gender_Differences_in_Online_Dating_Experiences.
- [8] Pew Research Center. "Key Findings about Online Dating." Februari 2, 2023. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/02/02/key-findings-about-online-dating>.
- [9] Aziza, F. "Strategi Komunikasi Pria dan Wanita dalam Interaksi Interpersonal di Media Sosial." Jurnal Ilmu Komunikasi 9, no. 2 (2021): 123–134.
- [10] Luo, Y. "Dating and Relationships in the Digital Age." Pew Research Center, Mei 8, 2020. <https://www.pewresearch.org/internet/2020/05/08/dating-and-relationships-in-the-digital-age/>.
- [11] Huang, S. A., J. T. Hancock, dan S. T. Tong. "Folk Theories of Online Dating: Exploring People's Beliefs about the Online Dating Process and Online Dating Algorithms." Social Media + Society 8, no. 4 (2022).
- [12] Sugiyono. Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Edisi terbaru. Bandung: Alfabeta, 2023.
- [13] Sumter, S. R., L. Vandenbosch, dan L. Ligtenberg. "Love Me Tinder: Untangling Emerging Adults' Motivations for Using the Dating Application Tinder." Telematics and Informatics 34, no. 1 (2019): 67–78.
- [14] Ranzini, G., J. E. Rosenbaum, dan J. M. Tybur. "Assortative (Online) Dating: Insights into Partner Choice from an Experimental Dating App." Computers in Human Behavior 127 (2022): 107039. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107039>.
- [15] Castro, Álvaro, dan Juan Ramón Barrada. "Dating Apps and Their Sociodemographic and Psychosocial Correlates: A Systematic Review." International Journal of Environmental Research and Public Health 17, no. 18 (2020): 6500. <https://doi.org/10.3390/ijerph17186500>.